



**University of
Zurich**^{UZH}

**Zurich Open Repository and
Archive**

University of Zurich
University Library
Strickhofstrasse 39
CH-8057 Zurich
www.zora.uzh.ch

Year: 2019

Vorwort

Jarren, Otfried

Posted at the Zurich Open Repository and Archive, University of Zurich

ZORA URL: <https://doi.org/10.5167/uzh-177413>

Book Section

Published Version



The following work is licensed under a Creative Commons: Attribution-NonCommercial-NoDerivatives 4.0 International (CC BY-NC-ND 4.0) License.

Originally published at:

Jarren, Otfried (2019). Vorwort. In: Forschungszentrum Öffentlichkeit und Gesellschaft (fög). Qualität der Medien. Schweiz – Suisse – Svizzera. Jahrbuch 2019. Basel: Schwabe, 7-8.

Zehn Jahre sind eine lange Zeit, zumal dann, wenn diese Jahre in eine Phase von grossen Veränderungen, vielleicht sogar in eine Umbruchphase fallen. Doch: Ist es nur eine Phase, gleichsam eine Etappe des Wandels, oder bereits der Beginn einer neuen Medienwelt?

Kurt Imhof startete vor über zehn Jahren gemeinsam mit dem Team des fög das Projekt *Jahrbuch Qualität der Medien*. Vor zehn Jahren sah die Schweizer Medienwelt noch anders aus: vielfältig, stabil. Vieles erschien sicher, planbar. Doch 2009 sollte zum Schlüsseljahr werden: Die Werbeeinnahmen für das Fernsehen begannen zu steigen. Die Erlöse für Onlineangebote wuchsen markant. Umgekehrt brachen die Werbeerlöse bei der Presse ein. Sie erholten sich danach, aber seit 2012 nehmen diese Einnahmeverluste massiv zu. Andere Erträge sind für die Verlage schwierig zu erzielen, mehr Abos kaum noch abzusetzen und höhere Preise nicht so einfach durchzusetzen. Digital-Abos kann man zwar steigern, aber die Einnahmen daraus sind gering, und die Abo-Kunden binden sich weniger. Hilft jetzt die Paywall? Die klassischen Massenmedien mit ihren gebündelten Angeboten wie linear verbreiteten Programmen haben nicht nur an Werbung eingebüsst, sondern auch beim (jungen) Publikum verloren. Wegen mangelnder Leistungen, weil die Qualität nicht stimmt?

Kurt Imhof, ausgestattet mit einem feinen Gespür für die Phänomene des gesellschaftlichen Wandels und einem soliden theoretischen Rucksack zur Erklärung von Wandel wie Krisen, machte sich just 2009 auf den Weg mit seinem Vorhaben: Lasst uns über Medienqualität sprechen. Durch die Herstellung von Öffentlichkeit wie die Debatte über Medienqualität sollte das Verständnis von Qualität verankert, gefestigt werden. Imhof, ein Diskurstheoretiker, war in seinem Element. Das diskursive Vorhaben stiess anfänglich auf Ablehnung in der Branche und an anderen Orten auf Bedenken: ein überflüssiges Vorhaben, zumal für die qualitätsbewusste Schweiz. Und was ist eigentlich Qualität? Kann man Qualität überhaupt messen? Die Medienpraxis, geplagt von ökonomischen Herausforderungen, reagierte ablehnend: Wir bieten doch Qualität! Und die akademische Welt reagierte zurückhaltend: Was, bitte schön, kann dieses Vorhaben für Erfolge in der Welt der Journals bringen? Jenseits von Branche und Aka-

demie gab und gibt es aber Persönlichkeiten aus Wirtschaft wie Politik, die die Bedeutung des Themas erkannten und das Vorhaben förderten – um der Demokratie willen. Medien sind in der direkten Demokratie des mehrsprachigen Kleinstaats Schweiz konstitutiv für die Deliberation im Vorfeld von Abstimmungen wie Wahlen. Die qualifizierte Beteiligung setzt kommunikative, auch mediale Teilhabe- wie Teilnahmemöglichkeiten voraus. Medienvielfalt wie -qualität und die Qualität der Demokratie bedingen sich.

In den zehn Jahren hat sich viel getan: Die Medienvielfalt ging deutlich zurück. Verlagsmonopole und -oligopole wurden zur durchgängigen Realität, jenseits des Wirtschaftsraumes Zürich. Der publizistische Wettbewerb ist zurückgegangen, Zentralredaktionen dominieren. Aber bezüglich der Medienqualität tat sich etwas: Ein grosses Verlagshaus in der Schweiz etablierte ein internes Qualitätsmonitoring. Es wurden weitere Initiativen zur Messung wie Bewertung von Medienqualität gestartet. Und es gibt wiederkehrend, mit dem Erscheinen jedes Jahrbuchs, eine gewisse öffentliche Debatte über Medien(-qualität). Dies in den letzten Jahren zwar abnehmend, auch weil es an Medienfachredaktionen mangelt. Aber es gibt eine Debatte. Die anstössige fög-Initiative hat also Impulse gegeben. Es wird über Medienqualität diskutiert, und das in einem breiten Verständnis: Welchen Beitrag leistet die Gratispresse für die Medienqualität im Land? Welche Folgen haben Gratisangebote für den Markt, für den Journalismus? Welche Folgen haben die im Zuge von Sparmassnahmen eingeführten Zentralredaktionen für die publizistische Vielfalt und Qualität? Welche Informationsleistungen bieten die vielen (neuen) Onlineportale?

Erkennbar ist, dass die Analysen mehr und mehr über das engere inhaltliche Angebot der Medien hinausgehen. Es geht nicht allein um die Bewertung von einzelnen Angeboten einzelner Titel, sondern um die Analyse von Gattungen. Dabei werden sowohl Markt- wie Nutzungsdaten einbezogen. Diese Gesamtschau macht die jährlichen Berichte wichtig: Sie stellen einen Medienwandel begleitende reflexive Forschung dar, die aber nicht allein nach bestimmten Ursachen und Wirkungen fragt, wie es in der traditionellen Be-

gleitforschung üblich ist. Das Forschungsteam unter Mark Eisenegger ist offen für Neues, greift Kritik auf, setzt neue methodische Konzepte ein, wagt Urteile – und weiss um die Anstössigkeit des Tuns. Es gibt bequemere Formen des Arbeitens. Insoweit ist hinter dem Jahrbuch-Projekt der Geist seines Initiators noch immer deutlich zu spüren.

Gestaltungsanstösse der Branche, aber auch der Wirtschaft wie der Politik zu geben, ist ein grosser Anspruch, nicht leicht zu erfüllen. Aber wir wissen es alle: Ohne eine vielfältige, plurale und offene Medienlandschaft und ohne einen qualitativ hochstehenden Journalismus würde sich die politische Kultur verändern. Medien, Öffentlichkeit und Demokratie bilden ein institutionelles Ensemble. Aber es geht nicht allein nur um Öffentlichkeit und politische Kommunikation, also die Ermöglichung von *political citizenship*. Es geht um mehr: Mit Blick auf die grossen Veränderungen bei der Bereitstellung, Verteilung wie Nutzung von Informationen und Wissen, so mittels Suchmaschinen und neuer Plattformen, geht es um die gesellschaftliche Kohäsion, also um das, was wir gemeinsam kennen, teilen oder wissen. Was macht uns aus, was wollen wir?

Die soziale Differenzierung ist gross, sie nimmt auch dank Social Media ständig zu, aber wer sagt uns am Ende des Tages, ob wir noch genug über unsere Gemeinschaft und voneinander wissen? Gesellschaft ist nicht, sie entsteht durch Prozesse. Sozialisation findet nicht nur in der Kinder-, Jugend- und Schulzeit statt, sondern ist ein anhaltender Prozess – für Aus- wie Inländer. Cultural Citizenship und Social Citizenship müssen stets neu durch Angebote wie durch unsere Bereitschaft zur gesellschaftlichen Mitwirkung entstehen. Publizistische Medien sind bedeutende Institu-

tionen für Kohäsion und für das geteilte Wahrnehmen von Gemeinsamkeiten wie Unterschieden. Je vielfältiger, wechselhafter und dynamischer unsere individuelle Welt wird, je mehr wir unser Informations- und Kommunikationsverhalten spezialisieren können, umso mehr sind wir auf zuverlässige Informationen angewiesen, denn wir müssen immer wieder über kollektive, aber auch persönliche Angelegenheiten entscheiden. Dazu benötigen wir zuverlässige Informationen. Und wir müssen wissen, was andere tun, unterlassen oder entscheiden (wollen). Die gesellschaftlichen Intermediäre mögen sich verändern, aber wir bleiben sozial aufeinander angewiesen, wir müssen kooperieren. Wir können nur «Mit anderen werden» (Kerstin Meissner). Soziale Zugehörigkeit ist ein – mühe- wie anspruchsvoller – Prozess. Ohne Medien und Journalismus, die als unabhängige Instanzen beobachten, informieren, vermitteln, kritisieren oder einbeziehen, geht dies nicht. Medien wie Journalismus stehen für die sich stets entwickelnde, weite Welt. Eine Welt, die weit über unsere doch kleine Schar an Social-Media-Friends wie sogar unsere möglicherweise vielen Follower, Tweets und Co. hinausreicht.

Otfried Jarren*

* Prof. em. Dr. Otfried Jarren war 1989 bis 1997 Professor für Journalistik mit dem Schwerpunkt Kommunikations- und Medienwissenschaft an der Universität Hamburg. Er war von 1995 bis 2001 Direktor des Hans-Bredow-Instituts für Medienforschung. Von 1997 bis 2019 wirkte er am Institut für Kommunikationswissenschaft und Medienforschung (IKMZ) der Universität Zürich. Seit 2016 ist Jarren Honorarprofessor am Institut für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft der FU Berlin. Jarren ist seit 2013 Präsident der Eidgenössischen Medienkommission (EMEK).